

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang merupakan nasabah atau mantan nasabah yang menggunakan jasa asuransi di PT Prudential Life Assurance. Teknik pengambilan sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji t.

Hasil pengujian ini menunjukkan jika harga (premi) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian polis asuransi. Pada variabel citra merek juga terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian polis asuransi. Kepercayaan nasabah terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian polis asuransi. Dari hasil penelitian juga menunjukkan jika variabel citra merek mempunyai pengaruh yang dominan dalam keputusan pembelian polis asuransi. Dengan memahami variabel yang berpengaruh dalam keputusan pembelian diharapkan nantinya meningkatkan keputusan pembelian dan menyempurnakan faktor yang bisa mempermudah nasabah dalam melakukan keputusan pembelian polis asuransi.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kepercayaan Nasabah, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find the effect of price, brand image and customer trust on buying decisions. While, the population was customers and ex-customers of PT Prudential Life Assurance in Surabaya. Moreover, there was 100 respondents as sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression and t test.

The research result concluded the price had positive and significant effect on buying decision of insurance policy. Besides, the brand image had positive and significant effect on buying decision of insurance policy. In addition, customers trust had positive and significant effect on buying decision of insurance policy. In brief, the brand image had higher effect than buying decision of insurance policy. In other words, by knowing the the variables which affected on buying decision, there would be an increase of buying decision. In line with, there would be some factor which could be fulfilled in order to facilitate the customers in buying decision of insurance policy.

Keywords: Price, Brand Image, Customer Trust, Buying Decision